



REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA UNIVERSIDAD MONTEÁVILA
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN ESCUELA
DE COMUNICACIÓN SOCIAL

**EXPOBELLEZA: OPORTUNIDADES PARA EL CUIDADO COSMÉTICO Y
EXPERIENCIAS DE MAQUILLAJE DE LA MANO DE EMPRENDEDORES
VENEZOLANOS**

Proyecto final de carrera como requisito parcial para optar por el título de Licenciado
en Comunicación Social

Autores:
Rincones Colmenares, Paola Victoria
Urbina Castellanos, Paola Andrea

Profesor Coordinador:
Astorga, Maria Gabriela

Caracas, 6 de junio de 2025

Derecho de autor

Quien suscribe, en condición de autora del trabajo titulado EXPOBELLEZA: OPORTUNIDADES PARA EL CUIDADO COSMÉTICO Y EXPERIENCIAS DE MAQUILLAJE DE LA MANO DE EMPRENDEDORES VENEZOLANOS, declara que cedo a título gratuito, y en forma pura y simple, ilimitada e irrevocable a la Universidad Monteávila, los derechos de autor de contenido patrimonial que me corresponden sobre el presente trabajo. Conforme a lo anterior, esta cesión patrimonial sólo comprenderá el derecho para la Universidad de comunicar públicamente la obra, divulgarla, publicarla o reproducirla en la oportunidad que ella así lo estime conveniente, así como, la de salvaguardar mis intereses y derechos que me corresponden como autor de la obra antes señalada. La Universidad en todo momento deberá indicar que la autoría o creación del trabajo corresponde a mi persona, salvo los créditos que se deban hacer a la tutora o cualquier tercero que haya colaborado o fuere hecho posible la realización de la presente obra.

Autoras:

Urbina Castellanos, Paola Andrea
C.I.30.242.878



Rincones Colmenares, Paola Victoria
C.I.31.273.371



En la ciudad de Caracas a los 6 días del mes de junio de 2025

Dedicatoria

Dedicamos esta expobelleza a todos los emprendedores venezolanos del maquillaje y el cuidado cosmético, quienes con pasión y perseverancia, han transformado sus sueños en realidades tangibles. Su valentía para innovar y vender productos de calidad en un entorno que además de desafiante es competitivo, nos conmueve profundamente y nos impulsa a trabajar por un futuro donde sus marcas florezcan y sean reconocidas.

Queremos honrar a aquellos que, a pesar de las adversidades económicas, las limitaciones y la constante evolución del mercado venezolano, continúan luchando por impulsar sus negocios día tras día. Su resistencia y creatividad nos inspiran a ser mejores como sociedad y a apoyar a quienes más lo necesitan, generando conciencia sobre el valor de la producción nacional y el talento de nuestra gente. Sabemos que es una tarea difícil, pero nunca imposible.

A cada uno de estos visionarios emprendedores, les expresamos nuestro más sincero agradecimiento y prometemos trabajar para visibilizar su trabajo y ofrecerles plataformas que impulsen su crecimiento. Este evento es una muestra de nuestro compromiso por construir un ecosistema más justo y próspero para el desarrollo del talento venezolano en el ámbito de la belleza.

Agradecimientos

Paola Rincones

Tras cuatro años de carrera, me siento inmensamente honrada y feliz de culminar esta etapa tan bonita como es ser universitaria en la Facultad de Comunicación Social de la Universidad Monteávila. No fue una tarea fácil, pero cada desafío me dejó un sinfín de aprendizajes, tanto académicos como de vida y me siento profundamente satisfecha por el camino recorrido. Debo recalcar que no hubiese sido posible llegar hasta aquí sin el apoyo incondicional de personas maravillosas que se convirtieron en mi pilar fundamental. Agradezco de corazón a mi mamá, Lilibeth Colmenares, por ser mi soporte en cada momento; a mi padre, Jimmy Rincones, por impulsarme constantemente a luchar por mis sueños; y a mis dos hermanos, Jennsy y Santiago Rincones, por inspirarme a diario a ser una mejor persona. También quiero expresar mi gratitud a mi mejor amiga, Paola Rodríguez, quien desde nuestros días en el colegio ha sido un apoyo incondicional en absolutamente todo, convirtiéndose en una hermana. A mi colega, y desde ya amiga para toda la vida, Paola Urbina, que gracias a esa conexión instantánea desde el inicio de la carrera, juntas llevamos a cabo el proyecto más importante de nuestras vidas universitarias, y sin duda es de esas personas que la vida te pone al frente para quedarse para siempre en el corazón. Finalmente, no puedo dejar de agradecer a todo el amable personal de la Universidad Monteávila, quienes desde el primer día me hicieron sentir en casa, brindándome un ambiente cálido y de constante apoyo. Cada uno de ustedes es parte de este logro; los llevo en mi corazón y esta meta es también suya.

Paola Urbina

Este proyecto final de carrera marca el cierre de una etapa académica fundamental y el inicio de un nuevo camino lleno de desafíos y oportunidades. A lo largo de cuatro años de formación universitaria, he tenido la oportunidad de adquirir no solo sólidos conocimientos académicos, sino también herramientas personales que le han permitido sobrellevar distintas situaciones, adaptarse a los cambios y enfrentar con madurez cada reto que se presentó en el camino.

Deseo expresar un agradecimiento muy especial a mi familia, especialmente a mi padre y a abuelos, por haber sido un sostén fundamental durante toda la carrera, sin duda su apoyo, comprensión y presencia constante han sido claves para alcanzar este logro. Asimismo, agradezco profundamente a las marcas que confiaron en mí y mi equipo para llevar a cabo este proyecto. Gracias por creer en nuestra visión, por apostar al talento joven y por brindarnos la oportunidad de demostrar todo lo aprendido, este proyecto no solo representa el final de una etapa, sino también el comienzo de nuevas metas, nuevos sueños y la certeza de que cada esfuerzo ha valido la pena.

ÍNDICE

RESUMEN	8
CAPÍTULO I	9
1.1 Presentación del tema	9
1.2 Introducción	9
1.1.3 Nociones teóricas	9
1.1.4 Justificación	10
1.1.6 Problema y oportunidad	12
1.2 Objetivos del proyecto	12
1.2.1 Objetivo general	12
1.2.2 Objetivos específicos	12
CAPÍTULO II	14
2.1 Plan de acción	14
2.2 Proyecto	15
3.2 Reproducción	19
3.2.1 Público meta	19
3.2.2 Lugar y fecha:	19
3.2.3 Comités de trabajo	19
3.2.3.1 Comité de Finanzas: Paola Rincones	19
3.2.3.2 Comité de Participantes: Paola Rincones y Paola Urbina	19
3.2.3.3 Comité de identidad y comunicación: Paola Rincones y Paola Urbina	20
3.2.3.4 Comité de Logística y Protocolo: Paola Rincones y Paola Urbina	20
3.2.4.1 Modelo de carta de presentación para participantes	23
3.2.4.2 Modelo de carta de agradecimiento para participantes	23
3.2.4.3 Base de datos de participantes (posibles participantes y finales)	23
3.2.4.4 Currículos de los participantes	23
3.2.4.5 Explicación, justificación y objetivo de cada participación en el evento	25
3.2.5 Patrocinios	28
3.2.5.1 Colaboraciones estratégicas	28
3.2.5.2 Modelo de Carta de Presentación para Patrocinadores	29
3.2.5.3 Modelo de Carta de Agradecimiento para Patrocinadores	29
3.2.5.4 Base de Datos de Empresas (Posibles Patrocinadores y Finales)	29
3.2.5.5 Explicación del tipo de patrocinio que se consiguió para el evento	30
3.2.6 Logística y planificación	31
3.2.6.1 Refrigerio	31
3.2.6.2 Obsequios	31
3.2.6.3 Protocolo	32
3.2.6.4 Equipos audiovisuales	32
3.2.6.5 Entradas	32

3.2.7 Programa del evento	32
3.2.7.1 Grilla horaria	33
3.2.8 Persona influyente en redes sociales	33
CAPÍTULO III	36
3.3 Producción	36
3.3.1 Montaje	36
3.3.2 Cuadro horario de montaje	36
3.3.3 Desenvolvimiento del equipo organizador	37
3.3.4 Guión y grilla horaria definitiva	38
3.3.4.1 Guión	38
3.3.4.2 Grilla horaria definitiva	40
3.3.4.3 Ejecución	40
3.3.4.4 Protocolo	41
3.3.4.5 Desarrollo del evento	41
3.3.4.6 Desmontaje	42
3.3.4.6.7 Actividades Post-Evento y Cierre	42
3.4 Postproducción	43
3.4.1 Medios de medición	43
CAPÍTULO IV	45
4.1 Conclusión	45
5.1 Recomendaciones	47
CAPÍTULO VI	49
6.1 Referencias	49
CAPÍTULO VII	51
7.1 Anexos	51
7.1.1 Imagen promocional del evento	51
7.1.2 Manual de identidad visual	52
7.1.3 Historias de Influencer: Paola Urbina	55
7.1.4 Foto organizadoras	56
7.1.5 Post de la clase de yoga	57
7.1.6 Post del sorteo	58
7.1.7 Portada de las historias destacadas	59
7.1.8 Historias emprendimientos	61
7.1.9 Imágenes del desarrollo del evento	62
7.1.10 Emprendimientos	64
7.1.11 Merch del evento	66
7.1.12 Formulario para la clase de yoga	68
7.1.13 Clase de yoga	69
7.1.14 Base de datos de los participantes	70
7.1.15 Modelo Carta de Presentación para Participantes	71
7.1.16 Modelo Carta de Agradecimiento al Participante	73

7.1.17 Base de datos de empresas	75
7. 1. 18 Modelo de carta de presentación para patrocinantes	77
7.1.19 Modelo de carta de agradecimiento para patrocinantes	79

RESUMEN

La expobelleza se planteó como una iniciativa innovadora, diseñada para reunir a un grupo reducido de emprendedores en Caracas, enfocados en el sector del cuidado cosmético y el embellecimiento. Esta propuesta estuvo dirigida principalmente al público joven, con la finalidad de seleccionar participantes cuyas cualidades fueran idóneas para conectar con dicho segmento.

Durante la jornada, se habilitaron ocho puestos de exhibición, de los cuales cinco estuvieron dedicados a emprendimientos del área de la belleza, permitiendo la comercialización directa de productos. Los otros tres puestos ofrecieron opciones gastronómicas para los asistentes. Además, se desarrollaron diversas actividades recreativas y promocionales, como una clase de yoga, degustaciones, un sorteo de productos cosméticos. La presencia de música en vivo complementó la experiencia, generando un ambiente dinámico, entretenido y propicio para la interacción entre marcas y consumidores.

El objetivo principal del evento fue promover los emprendimientos venezolanos enfocados en la venta de maquillaje y cuidado cosmético, en este caso, el público estuvo conformado por estudiantes de la Universidad Monteávila, ubicada en Lomas del Sol, lo que permitió una conexión directa entre marcas emergentes y un público joven, dinámico y potencialmente consumidor.

La expobelleza cursó con gran aceptación y participación. Fue un evento exitoso tanto para los emprendedores, quienes lograron visibilizar y comercializar sus productos, como para los asistentes, que disfrutaron de una experiencia integral en torno al bienestar y la estética.

Palabras clave: Evento; Expobelleza; Emprendedores Venezolanos; Talento nacional; Producción.

CAPÍTULO I

1.1 Presentación del tema

La expobelleza se presenta como un proyecto innovador que reúne a un pequeño grupo de emprendedores en Caracas, dedicados al cuidado cosmético y embellecimiento, especialmente enfocado en el segmento de los jóvenes entre 20 y 25 años. El cuidado cosmético, que abarca desde el cuidado de la piel hasta el cuidado del cabello y las uñas, es uno de los ejes centrales de la expobelleza y al reunir a emprendedores venezolanos, este evento se convierte en un exclusivo escaparate del talento nacional.

1.2 Introducción

Más que un evento, la expobelleza es una iniciativa transformadora que nace del Proyecto Final de Carrera de dos estudiantes de 8vo semestre de Comunicación Social de la Universidad Monteávila que busca congrega a un grupo selecto de emprendedores venezolanos dedicados al cuidado cosmético y al embellecimiento, en Caracas. El objetivo del evento fue crear un espacio donde marcas emergentes puedan coexistir y potenciarse mutuamente, ofreciendo a la comunidad universitaria una experiencia única y completa para descubrir los últimos productos y tendencias en belleza.

1.1.3 Nociones teóricas

Este proyecto se basa en conceptos clave que guían su propósito y ejecución:

Marketing y Creación de Valor: El evento aplica la definición de marketing: "descubrir, crear y entregar valor para satisfacer un mercado objetivo" (Kotler, 2012). Al reunir emprendedores y consumidores en un espacio exclusivo, el proyecto cumple con esta premisa. Se concibe como una experiencia de compra única (Producto), estratégica en su ubicación universitaria (Plaza) para un público joven (20-25 años).

Impacto de eventos: Según Eventbrite, los eventos crean "conexiones emocionales y recuerdos duraderos" (Leigh Buttrey, 2024). Esta exposición va más allá de una simple muestra; busca ser un espacio donde los asistentes se sumerjan en el mundo

de la belleza, descubran tendencias en maquillaje y cuidado cosmético, y conecten con otros entusiastas, se trata de crear una experiencia inmersiva y memorable que impulse la exploración de nuevos emprendedores y genere lealtad hacia las marcas.

Aglomeración Industrial: La concentración de marcas en un mismo lugar, como la Ley de Hotelling y la "atmósfera industrial" (BCC, 2022), es fundamental, pues, al congrega emprendimientos de maquillaje y cuidado cosmético en la universidad, se crea un ambiente único que propicia el intercambio de conocimientos, el fortalecimiento de redes de colaboración y la especialización. El evento se convierte en un centro de difusión de tendencias, beneficiando a consumidores con más opciones y aumentando la visibilidad de cada marca, tal como se observa en casos de éxito como "La Expobelleza Farmatodo".

Comunicación Estratégica: Esta noción utiliza la comunicación para influir en percepciones y comportamientos y en este evento, se aplica para sensibilizar a la comunidad universitaria sobre el valor del emprendimiento venezolano en la belleza, mediante mensajes bien diseñados para educar al público sobre la calidad y el esfuerzo detrás de cada emprendedor, fomentando un consumo consciente y un apoyo activo a los talentos emergentes.

1.1.4 Justificación

Este proyecto se erige como un eslabón crucial en el fomento del talento venezolano en el ámbito del embellecimiento, la iniciativa se fundamenta en la necesidad palpable de tender puentes entre los emprendedores emergentes de maquillaje y el cuidado cosmético y un segmento demográfico joven dentro de la comunidad universitaria, específicamente en Caracas, ávido por descubrir, apoyar y consumir innovación local; si bien este evento, dada su naturaleza exclusiva y su realización dentro de un circuito específico como la universidad, no aspiraba a un impacto directo en la macroeconomía del país, sí pudo representar un valioso grano de arena en el vasto mundo del embellecimiento en Venezuela, dinamizando un nicho de gran potencial y visibilizando el ingenio nacional. Para las organizadoras, la puesta en marcha de esta expobelleza representa una oportunidad inestimable para aplicar los conocimientos académicos adquiridos durante la carrera en un escenario real y desafiante. La experiencia obtenida al consolidar esta vitrina de talentos no solo enriquecerá sus currículos, sino que también prepara a las estudiantes para

afrontar con mayor confianza y seguridad los retos del entorno profesional, permitiéndoles trascender las aulas con una base sólida, este esfuerzo se orienta a educar y sensibilizar a la comunidad universitaria sobre el valor local, impulsando su crecimiento dentro de un circuito de consumo más consciente y cercano.

El proyecto posee una dimensión sostenible, con un impacto directo en el desarrollo económico y social a nivel micro y local. Al actuar como un catalizador del emprendimiento y la producción nacional dentro del ecosistema universitario, se contribuye activamente a la generación de oportunidades de negocio, al estímulo de la creatividad y al fortalecimiento de la identidad cultural, celebrando la belleza con un inconfundible sello venezolano.

1.1.5 Motivación para la realización del evento

La expobelleza surge como una iniciativa de dos estudiantes de Comunicación Social cuya pasión por el maquillaje y el emprendimiento las ha unido desde temprana edad, ambas han estado inmersas en el mundo de la belleza desde su infancia, encontrando en el maquillaje una forma de expresión y creatividad. Esta afición común las ha llevado a emprender juntas, asociándose con el emprendimiento llamado 'Flushy Store', que les ha permitido experimentar de primera mano el impacto positivo que generan los eventos de este tipo.

Además, una de las integrantes cursó un minor en comunicación gastronómica, lo que ha reforzado su compromiso con el desarrollo de nuevos negocios en Venezuela, dado que al ser testigos de las dificultades y oportunidades que enfrentan los emprendedores en el país, ambas estudiantes han decidido utilizar la expobelleza como una plataforma para visibilizar el talento local y fomentar el espíritu emprendedor.

La elección de este proyecto se sustenta en la convicción de que la belleza y el emprendimiento son dos pilares fundamentales para el desarrollo personal y comunitario. Al combinar su pasión por el maquillaje con su experiencia en emprendimiento, las estudiantes buscan crear un evento que no solo sea divertido y entretenido, sino que también genere un impacto importante en este nicho.

1.1.6 Problema y oportunidad

Problema: El sector del embellecimiento y cuidado cosmético en Caracas, a pesar del innegable talento y la pasión de sus creadores, enfrenta desafíos significativos que se ven acentuados por la situación económica de Venezuela. Uno de los obstáculos más importantes es el alto costo de alquiler de locales comerciales, que limita severamente las opciones de espacio físico para muchos emprendedores de maquillaje y cuidado cosmético; esto, sumado a la fragmentación y la limitada visibilidad que ya experimentan, dificulta aún más su capacidad para llegar a un público más amplio y construir redes de colaboración efectivas en un entorno de inflación y acceso limitado a recursos.

Oportunidad: El evento de belleza representa una oportunidad clave para abordar este problema, actuando como un faro de esperanza y desarrollo en medio de las dificultades económicas, a través de la centralización y el impulso del talento nacional. Al crear un espacio exclusivo y gratuito dentro del entorno universitario, se facilita la conexión directa entre emprendedores y un segmento de mercado joven, proporcionando una plataforma que de otro modo, sería inalcanzable debido a los elevados costos de alquiler, lo que no solo aumenta la visibilidad de las marcas emergentes y la diversidad de productos disponibles, sino que también fomenta un ambiente propicio para el intercambio de conocimientos y la creación de alianzas estratégicas.

1.2 Objetivos del proyecto

1.2.1 Objetivo general

Producir un evento para el cuidado cosmético y experiencias de maquillaje de la mano de emprendedores venezolanos.

1.2.2 Objetivos específicos

1. Brindar una experiencia exclusiva que reúne a emprendedores venezolanos del sector de la belleza y el cuidado personal en Caracas con el propósito de

establecer un espacio especializado donde marcas conocidas y emergentes puedan coexistir y potenciarse mutuamente.

2. Ofrecer incentivos para las personas que asistan al evento, como descuentos exclusivos, rifas, y sorteos, para fomentar la participación y el consumo durante el evento.
3. Garantizar la logística y organización del evento, incluyendo la elección del lugar, la distribución de los stands, y la creación de un cronograma de actividades.
4. Establecer alianzas estratégicas con emprendedores y marcas venezolanas de belleza y cosmética para garantizar su participación en el evento.

CAPÍTULO II

2.1 Plan de acción

1. **Definición de objetivos:** El objetivo general de producir un evento para el cuidado cosmético y experiencias de maquillaje con emprendedores venezolanos fue logrado. Los objetivos específicos de brindar una experiencia exclusiva, ofrecer incentivos (como descuentos, rifas y sorteos), garantizar la logística y establecer alianzas estratégicas con diversas marcas del sector, también se cumplieron con éxito.
2. **Definición de emprendedores participantes:** Se evaluaron diversos emprendimientos del sector antes de concretar la participación de los que finalmente asistieron: Ellips, Tulis, Lifashion, Andrea Torres y Lauvic. Este proceso aseguró una selección alineada con los objetivos del evento.
3. **Definición del lugar:** Tras considerar diversas opciones de ubicaciones, se determinó que el lugar más adecuado para el evento fue la Universidad Monteávila, específicamente en la sede Lomas del Sol, dadas sus características y su relevancia para el público objetivo, además de no tener costo por el espacio para estudiantes de la misma.
4. **Identificación de recursos:** La realización del evento fue posible gracias a un modelo de intercambio de productos y servicios, prescindiendo de cobros por participación. Este enfoque permitió obtener todos los recursos necesarios, incluyendo servicios de fotografía y otros esenciales para la producción, optimizando los costos y garantizando la viabilidad del proyecto.
5. **Definición de roles y responsabilidades:** Se asignaron roles claros y responsabilidades específicas a cada miembro del equipo organizador, incluyendo a los voluntarios y colaboradores externos, esta estructura permitió una gestión eficiente y coordinada, asegurando que cada aspecto del evento fuera atendido.
6. **Invitación a participantes:** Se enviaron invitaciones formales por correo electrónico a un grupo de posibles emprendimientos, tras este contacto inicial, se recibieron las confirmaciones de aquellos que decidieron formar parte del evento.
7. **Invitación a patrocinadores:** De manera similar, se extendieron invitaciones

formales a diversas empresas para que se sumaran como patrocinadores. Después de evaluar las propuestas, se concretaron acuerdos de colaboración con Aceites Olivia, Flushy, Blonde Cookie, Cheese & Lemon, Urban Ccs, Corporación Ikakana y Con Clase Eventos.

8. **Diseño del programa:** El programa del evento fue cuidadosamente elaborado para ofrecer una experiencia enriquecedora que incluyó una clase de yoga gratuita y un concurso con productos aportados por los participantes, fomentando la interacción y el disfrute.
9. **Promoción y difusión:** la estrategia de promoción se centró principalmente en la red social Instagram, aprovechando su alcance para llegar eficazmente al público objetivo y generar interés en el evento.
10. **Coordinación logística:** Se planificaron minuciosamente todos los aspectos logísticos, abarcando desde la disposición óptima del espacio y la distribución de tareas, hasta la organización de los puestos de los participantes y la previsión de refrigerios.
11. **Ejecución del evento:** El evento se llevó a cabo según el programa establecido, con una coordinación efectiva que garantizó el cumplimiento de los objetivos y la satisfacción tanto de los asistentes como de los emprendedores.
12. **Evaluación del evento:** La evaluación se realizó mediante el contacto directo con cada participante para recabar sus experiencias. Adicionalmente, se obtuvo un reporte de impacto de Instagram, que proporcionó métricas sobre el alcance y la interacción con los asistentes, ofreciendo una visión completa del éxito del evento.
13. **Retroalimentación y correcciones:** Los resultados obtenidos fueron analizados exhaustivamente para identificar áreas de mejora y aprendizajes clave; el proceso de retroalimentación es fundamental para la evolución y el éxito continuo de futuras ediciones o proyectos similares.

2.2 Proyecto

Según el tipo de proyecto de producción adoptado se debe de cumplir con los siguientes puntos:

Enero

- Lunes, 20 de enero: Inicio formal de la fase de planificación detallada del evento.
- Martes, 21 de enero: Elaboración de un cronograma exhaustivo con las actividades a realizar.
- Miércoles, 22 de enero: Envío de las invitaciones de participación por correo electrónico a los emprendimientos de belleza preseleccionados.
- Jueves, 23 de enero: Realización de una reunión clave para la revisión integral de todos los detalles y la confirmación de la alineación de los preparativos.
- Viernes, 24 de enero: Elaboración de la identidad visual del evento.
- Sábado, 25 de enero: Revisión inicial del informe de planificación.
- Domingo, 26 de enero: Ajustes al informe de planificación.

Febrero

- Sábado, 1 de febrero: Envío semanal de invitaciones por correo a posibles participantes.
- Domingo, 2 de febrero: Reunión interna de equipo para seguimiento general del proyecto.
- Lunes, 3 de febrero: Búsqueda inicial de posibles proveedores de insumos (camisas, gorras, etc.).
- Martes, 4 de febrero: Creación de contenido preliminar para futuras publicaciones en redes sociales.
- Miércoles, 5 de febrero: Envío semanal de invitaciones por correo a posibles patrocinadores.
- Viernes, 7 de febrero: Evaluación de los primeros emprendimientos contactados para confirmación.
- Domingo, 9 de febrero: Reunión interna para planificación de logística a largo plazo.
- Lunes, 10 de febrero: Continuación de la búsqueda de posibles participantes.
- Lunes, 17 de febrero: Diseño de posibles esquemas de distribución de stands.
- Martes, 18 de febrero: Planificación de la estrategia de contenido para Instagram (aún sin publicaciones).
- Sábado, 22 de febrero: Envío semanal de invitaciones por correo a posibles

participantes.

- Miércoles, 26 de febrero: Envío semanal de invitaciones por correo a posibles patrocinadores.

Marzo

- Sábado, 1 de marzo: Reunión interna de equipo para planificación detallada de marzo.
- Domingo, 2 de marzo: Revisión de la lista consolidada de emprendimientos y patrocinadores.
- Lunes, 3 de marzo: Evaluación de posibles charlas o demostraciones para el día del evento.
- Viernes, 7 de marzo: Revisión del diseño y aprobación de la estrategia de marketing digital final.
- Sábado, 8 de marzo: Reunión interna para asignación de tareas específicas para la adquisición de insumos.
- Jueves, 13 de marzo: Envío semanal de invitaciones por correo a posibles participantes.
- Viernes, 14 de marzo: Revisión del cronograma de actividades para el día del evento.
- Sábado, 15 de marzo: Reunión interna para ajustes finales en la logística general.
- Martes, 25 de marzo: Evaluación de los acuerdos con patrocinadores.
- Jueves, 27 de marzo: Revisión de la lista final de emprendimientos y sus necesidades de espacio.
- Viernes, 28 de marzo: Reunión interna para ultimar detalles de la estrategia de promoción de abril.
- Sábado, 29 de marzo: Preparación para el inicio de las publicaciones activas en Instagram.
- Lunes, 31 de marzo: Envío semanal de invitaciones por correo a posibles patrocinadores.

Abril

- Martes, 1 de abril: Envío semanal de invitaciones por correo (última fase de

confirmación).

- Miércoles, 2 de abril: Reunión con equipo para confirmar estrategias de difusión.
- Jueves, 3 de abril: Preparación de las primeras historias de Instagram para publicación.
- Viernes, 4 de abril: Revisión final de la copy y creativos para la primera publicación en el feed.
- detallado.
- Jueves, 17 de abril: Coordinación final con el fotógrafo.
- Viernes, 18 de abril: Publicación de 1 historia en Instagram.
- Sábado, 19 de abril: Planificación de actividades interactivas para el día del evento.
- Martes, 22 de abril: Reunión con voluntarios para asignación de roles.
- Jueves, 24 de abril: Verificación de todos los equipos de sonido e iluminación.
- Sábado, 26 de abril: Envío de recordatorios finales a todos los participantes.
- Lunes, 28 de abril: Preparación final de la logística de montaje.

Mayo

- Viernes, 2 de mayo: Revisión de la disposición de stands y flujo de personas. Publicación de 1 historia en Instagram.
- Sábado, 3 de mayo: Preparación de refrigerios de bienvenida. Publicación de 1 historia en Instagram.
- Martes, 13 de mayo: Publicación promocional en el feed de Instagram.
- Jueves, 15 de mayo: Publicación de 1 historia en Instagram.
- Viernes, 16 de mayo: Publicación de 1 historia en Instagram.
- Sábado, 17 de mayo: Publicación promocional en el feed de Instagram.
- Viernes, 23 de mayo: Publicación promocional en el feed de Instagram. Intensificación de la promoción en Instagram con historias diarias.
- Sábado, 24 de mayo: Búsqueda de los últimos insumos. Coordinación final del montaje.
- Lunes, 26 de mayo: Publicación adicional en el feed de Instagram.
- Jueves, 29 de mayo: Revisión exhaustiva de cada detalle antes del evento.
- Viernes, 30 de mayo: Día de la realización del evento donde se subieron

historias en Instagram en tiempo real durante toda la jornada para documentar la dinámica y el ambiente vibrante del evento.

3.2 Producción

3.2.1 Público meta

El público objetivo del evento son jóvenes venezolanos de entre 20 y 25 años, principalmente estudiantes universitarios y profesionales recién egresados, interesados en la industria de la belleza y el cuidado personal. Este grupo busca estar a la moda, además de querer asesorías para descubrir nuevos productos y marcas, asimismo apoyar el talento emprendedor local; son usuarios activos de redes sociales, por ello, a través de la red social Instagram se promocionará la expobelleza, en el mismo sentido, estas personas valoran la autenticidad y suelen comprar en marcas como “Sephora” y “Ulta Beauty”.

3.2.2 Lugar y fecha:

El lugar del fue programado para llevarse a cabo en la Universidad Monteávila, en la sede de Lomas del Sol el 30 de mayo.

3.2.3 Comités de trabajo

3.2.3.1 Comité de Finanzas: Paola Rincones

El comité de finanzas se encargará de supervisar todos los aspectos financieros del evento, garantizando transparencia y eficiencia en su gestión, con el objetivo de asegurar la viabilidad de la expobelleza.

3.2.3.2 Comité de Participantes: Paola Rincones y Paola Urbina

El comité de participantes está integrado por las fundadoras del evento, ellas serán las responsables de contactar y coordinar con los emprendedores que estarán

presentes y los patrocinadores que respaldarán el evento, asegurando que todo se haga realidad.

3.2.3.3 Comité de identidad y comunicación: Paola Rincones y Paola Urbina

El comité de comunicación se encargará del aspecto visual del evento en redes sociales, incluyendo el diseño del logo y la definición de colores. Además, serán responsables de interactuar directamente con el público, crear la estrategia comunicacional y publicar contenido promocional en la cuenta de Instagram.

3.2.3.4 Comité de Logística y Protocolo: Paola Rincones y Paola Urbina

Este comité se encargará de llevar a cabo la estructura y organización del evento, el cual tendrá una importante participación en la coordinación y planificación del evento. Serán responsables de coordinar con los proveedores de equipos de refrigerios, gestionar la distribución de los diferentes stands para los emprendimientos, entre otras tareas.

3.2.5 Participantes

El evento fue un encuentro dinámico que congregó a diversos emprendimientos del sector de la belleza, cada uno aportando un valor inigualable a la experiencia de los asistentes y consolidando de manera significativa el objetivo del evento: aportar un granito de arena en el mercado venezolano de la belleza.

Ellips, una prominente tienda online que ostenta una base de más de 2.766 seguidores en sus plataformas digitales, se destacó por su especialización en vitaminas para el crecimiento del cabello. La participación de Ellips fue estratégica, ya que la marca se alinea directamente con un público objetivo clave, Ellips fortaleció su visibilidad y consolidó su credibilidad como una marca relevante en el mercado venezolano; asimismo, la interacción directa con los asistentes brindó al emprendimiento la invaluable oportunidad de obtener comentarios y sugerencias, esenciales para la mejora continua de sus productos y servicios. La marca, con su enfoque en el cuidado capilar, enriqueció la oferta de la Expobelleza, elevando el

nivel general del evento y contribuyendo activamente al crecimiento y la innovación dentro del sector de la belleza en Venezuela.

Por su parte, Tulis, un emprendimiento en línea que cuenta con más de 7.239 seguidores, se presentó como un referente en la venta de cosméticos y dermocosméticos de calidad, meticulosamente seleccionados para realzar la belleza del rostro, puesto que el enfoque de Tulis en productos para el cuidado facial coincidió de manera directa con las principales preocupaciones de belleza del público joven, especialmente las mujeres entre 20 y 25 años. Su participación en la expobelleza le permitió a Tulis exhibir su expertise en productos de belleza, su dominio de las tendencias actuales del mercado y su excepcional atención al cliente, consolidando así su posición como una marca moderna y especializada en el cuidado de la piel.

Li Fashion, un emprendimiento virtual con una sólida comunidad de más de 25.800 seguidores, especializado en el concepto de belleza integral, se sumó al evento para ofrecer soluciones completas de cuidado personal. La presencia de Li Fashion en la expobelleza fue crucial para incrementar la credibilidad de la marca al trascender el panorama digital y establecer un contacto directo con sus clientes, además, el evento le brindó una oportunidad única para fortalecer relaciones, no solo con nuevos clientes sino también con otros emprendedores y posibles socios estratégicos.

Lauvic Beauty, una tienda en línea que ha logrado consolidar una base de 984 seguidores, participó exhibiendo su amplia gama de productos de belleza, abarcando desde rutinas completas de cuidado facial hasta las últimas tendencias en maquillaje, esta diversidad de la oferta se alineó perfectamente con las necesidades y preferencias de los jóvenes asistentes. La interacción directa con el público permitió a Lauvic Beauty obtener comentarios valiosos y sugerencias que son fundamentales para la mejora continua de sus productos y servicios, en el mismo sentido, el evento también fue una plataforma ideal para que Lauvic Beauty demostrara su expertise en productos de belleza, tendencias del mercado y atención al cliente, consolidando su posición como una tienda online de confianza, además, la expobelleza le ofreció una oportunidad única para establecer contactos estratégicos con otros emprendedores, influencers y posibles socios, lo cual contribuye a la

atracción de su público y al aumento de la visibilidad de su marca de manera presencial.

Andrea Torres, una talentosa vendedora independiente que cuenta con 1.034 seguidores y se está abriendo camino en el dinámico mundo de la venta de maquillaje, se sumó al evento. Su participación en una expobelleza enfocada en un público juvenil resaltó su notable capacidad de iniciativa y su rápida adaptación a las nuevas tendencias del sector, dado que su presencia junto a emprendimientos ya consolidados, contribuyó a crear un ambiente profesional y enriquecedor dentro de la expobelleza, un entorno que ella supo aprovechar para expandir su red de contactos y forjar una sólida cartera de clientes. El evento también le proporcionó un escenario ideal para la generación de contenido visual de alta calidad, como fotografías y videos, los cuales pueden ser utilizados estratégicamente en sus redes sociales y en futuras campañas publicitarias.

Para añadir un valor excepcional y fomentar la participación activa de los asistentes, se incorporó una actividad que resultó un gran atractivo. La profesora de Yosmari Velásquez impartió una clase de yoga gratuita en el evento, que se llevó a cabo desde las 4:00 p.m. hasta las 5:00 p.m. Esta iniciativa no solo ofreció un espacio de bienestar y relajación, sino que también tuvo como objetivo principal incentivar la asistencia al evento, proporcionando una experiencia única y memorable que complementó la oferta de belleza y emprendimiento. La clase de yoga de Yosmari Velásquez fue una muestra clara de cómo la expobelleza buscaba integrar diferentes facetas del bienestar y el estilo de vida, enriqueciendo la jornada para todos los presentes.

Asimismo, el evento contó con el valioso apoyo de diversas marcas aliadas y patrocinadores que, con su generosa contribución, enriquecieron la experiencia de los asistentes. Entre estas destacadas marcas, Aceites Olivia, reconocida por sus productos naturales y terapéuticos; Flushy Store, Blonde Cookie, Cheese & Lemon, con sus innovadoras propuestas; y Con Clase Eventos, expertos en la organización y logística, ofrecieron sus productos y servicios, su participación fue fundamental para diversificar la oferta del evento, permitiendo al público disfrutar de una gama más amplia de opciones y demostrando el compromiso de la expobelleza con la colaboración y el fortalecimiento del ecosistema emprendedor en Venezuela.

La documentación visual del evento estuvo a cargo de Karen Ramírez, una talentosa estudiante de último semestre dedicada al ámbito de la fotografía, su experticia fue crucial para capturar los momentos más vibrantes y significativos asegurando un registro de alta calidad que perpetuará la esencia del encuentro. En cuanto al equipo organizador y de apoyo, el staff contó con la valiosa participación de Paola Rodríguez y Samantha López y liderando este equipo y fungiendo como las principales organizadoras del evento, estuvieron Paola Urbina y Paola Rincones, cuya dedicación y esfuerzo fueron fundamentales para la exitosa ejecución de la expobelleza.

Es así como, a través de la cohesión y el compromiso de cada uno de estos participantes y colaboradores, se logró asegurar una propuesta integral y altamente eficiente.

3.2.4.1 Modelo de carta de presentación para participantes

Se elaboró una carta de presentación concisa que describe el proyecto y su propósito para posibles participantes. (Anexo 7.1.15)

3.2.4.2 Modelo de carta de agradecimiento para participantes

Se creó una carta de agradecimiento formal dirigida a todos los participantes del evento. (Anexo 7.1.16)

3.2.4.3 Base de datos de participantes (posibles participantes y finales)

Se desarrolló una base de datos en Word que contiene el registro de las marcas posibles y finales. (Anexo 7.1.14)

3.2.4.4 Currículos de los participantes

El evento fue clave para mostrar el talento y la diversidad de los emprendimientos del sector de la belleza. A continuación, se presenta una descripción detallada de cada uno de los participantes, destacando su propuesta de valor, habilidades y trayectoria en el mercado.

Ellips

Ellips es una tienda online que, desde su fundación en 2022, se ha especializado en ofrecer vitaminas para el crecimiento del cabello, formuladas bajo principios cruelty-free. Con una comunidad de 2.766 seguidores, este emprendimiento destaca por su experiencia en el sector de la belleza, mostrando una notable capacidad en la atención al público y una eficiente logística y distribución de sus productos, sus habilidades también incluyen una gran adaptación a las tendencias del mercado, un efectivo posicionamiento de marca y una sólida gestión de inventario.

Tulis

Tulis es un emprendimiento en línea que, desde su creación en 2021, se ha posicionado como un referente en la venta de cosméticos con 7.239 seguidores, sus destrezas principales residen en la gestión de redes sociales, un profundo conocimiento de productos que les permite ofrecer asesoramiento experto.

Li Fashion

Li Fashion, fundada en 2021, es una empresa con una comunidad de 25.800 seguidores, especializada en el concepto de belleza integral, se distingue por su habilidad en la gestión de redes sociales y la creación de contenido visual que refleja su visión de la belleza.

Lauvic Beauty

Lauvic Beauty, una tienda online fundada en 2023, ha alcanzado 984 seguidores ofreciendo una amplia gama de productos de belleza, que incluyen cuidado facial y maquillaje de tendencia, este emprendimiento se destaca por su profundo conocimiento de productos, permitiéndole brindar asesoramiento experto.

Andrea Torres

Andrea Torres, vendedora independiente en el sector del maquillaje, combina su formación en Administración de Empresas con un diplomado en curso en Negocios. Como emprendedora emergente con 1.034 seguidores, ya evidencia experiencia en belleza, destacando en atención al público, logística de distribución, adaptación a tendencias del mercado y gestión de inventario.

Karen Ramírez

Karen Ramírez, estudiante de último semestre de Comunicación Social especializada en fotografía, destaca por su habilidad para capturar imágenes en eventos, ambientes y retratos dinámicos. Su ojo para el detalle y destreza técnica le permiten crear material visual de alta calidad que inmortaliza momentos clave, junto a otros emprendedores de la expobelleza, representa una pieza fundamental en el sector, aportando innovación y calidad.

3.2.4.5 Explicación, justificación y objetivo de cada participación en el evento

La realización de esta exposición de belleza fue el resultado de una meticulosa planificación y la invaluable colaboración de diversas figuras y marcas, cada una de las cuales desempeñó un papel fundamental para asegurar que la jornada se desarrollara sin contratiempos y ofreciera una experiencia excepcionalmente enriquecedora y memorable para todos los asistentes.

Los emprendimientos especializados en belleza constituyeron el corazón palpitante del evento, y su incorporación fue estratégica para enriquecer la propuesta ofrecida al público. Ellips, con su innovadora gama de vitaminas cruelty-free para el crecimiento capilar, se sumó para establecer un contacto directo con su audiencia principal, un segmento juvenil que busca activamente soluciones para el cuidado del cabello, su presencia se justificó por la oportunidad de demostrar la eficacia de sus productos en un entorno interactivo y fortalecer su base de clientes al no contar con una tienda física.

De manera similar, Tulis, reconocida por sus cosméticos y dermocosméticos faciales de calidad, fue crucial para ampliar su visibilidad y generar nuevas conexiones de negocio, su participación les permitió exhibir su expertise y las últimas tendencias directamente al público.

Li Fashion, con su enfoque en la belleza integral, se incorporó con el objetivo de consolidar su credibilidad y establecer relaciones valiosas al trasladar su modelo virtual a una experiencia presencial, su interacción directa con los asistentes fue vital para su posicionamiento.

Por su parte, Lauvic Beauty, que ofrece una vasta variedad de productos de cuidado facial y maquillaje, se unió para conectar con las preferencias del público joven y obtener feedback directo sobre sus ofertas. La exposición fue una plataforma ideal para explorar alianzas futuras y atraer a su base de seguidores online.

Finalmente, Andrea Torres, una vendedora independiente emergente en el mundo del maquillaje, jugó un papel fundamental al fortalecer sus relaciones existentes y ampliar su red de contactos, su presencia fue clave para generar contenido visual de alta calidad y contribuir al atractivo general del evento, destacando el potencial de los nuevos talentos en la industria.

Cada uno de estos emprendimientos no solo ofreció sus productos y servicios, sino que activamente asesoró e interactuó con los asistentes, enriqueciendo la propuesta comercial de la exposición.

Para elevar la experiencia y fomentar una mayor participación de los asistentes, la profesora de Yoga Yosmari Velásquez ofreció una clase de yoga gratuita para principiantes, esta sesión, que tuvo lugar entre las 4:00 p.m. y las 5:00 p.m., fue meticulosamente planeada para no solo proporcionar un espacio de bienestar y relajación en medio de la efervescencia de la exposición, sino también para incentivar la asistencia general al evento, ofreciendo una experiencia única y complementaria.

La convocatoria, que atrajo a siete inscritos y contó con la participación de cinco asistentes, se promocionó intensivamente a través de las redes sociales oficiales del evento y de manera particularmente efectiva, por medio de la influencia de la creadora de contenido Paola Urbina, cuya base de más de 3.000 seguidores orgánicos fue fundamental para la difusión.

El visual del evento estuvo a cargo de Karen Ramírez, una talentosa estudiante de último semestre de Comunicación Social, su rol como fotógrafa fue indispensable para capturar la esencia y los momentos más vibrantes y significativos de la exposición. Con su equipo profesional, Karen se encargó de tomar fotografías que abarcaban desde el ambiente general y los detalles de los stands de los emprendedores, hasta las interacciones de los participantes, las actividades específicas como la clase de yoga, y retratos dinámicos, dado que su objetivo

principal fue generar material de alta calidad para las redes sociales del evento, asegurar un registro fotográfico completo, además de profesional de cada detalle y proporcionar imágenes de valor para los participantes, perpetuando así la memoria de una jornada exitosa.

Detrás de cada interacción y cada stand bien coordinado, se encontraba la dedicación del equipo organizador y de staff, que incluían la atención directa al público, la coordinación logística de los stands, el manejo eficiente de las actividades programadas y el apoyo constante a los expositores, fueron fundamentales para el buen funcionamiento del evento. Paola Rodríguez y Samantha López desempeñaron roles importantes en estas tareas; sin embargo, la concepción y ejecución maestra de la expobelleza recayó sobre los hombros de Paola Urbina y Paola Rincones. La capacidad de resolución se puso a prueba ante un desafío significativo: la ocurrencia de tres episodios de lluvia en mayo, un período caracterizado por las precipitaciones; no obstante, este contratiempo fue solventado con una admirable eficacia gracias a su liderazgo, el apoyo continuo y la adaptación ofrecida a cada emprendimiento y patrocinador presente. La presencia de cada emprendimiento en la expobelleza fue fundamental y se justificó por diversas razones estratégicas y de valor añadido para el evento y su público:

Ellips: Su participación fue clave para expandir su base de clientes y seguidores, al operar sin tienda física, el evento brindó una oportunidad única para la interacción directa y la demostración de sus vitaminas capilares, fortaleciendo su visibilidad y credibilidad en el mercado.

Tulis: Su presencia se justificó por la necesidad de aumentar su visibilidad entre el público joven y generar nuevas oportunidades de negocio. Exhibieron su expertise en cosméticos y dermocosméticos, conectando directamente con las tendencias de cuidado facial que interesan a los asistentes.

Li Fashion: Participó para incrementar su credibilidad al establecer un contacto directo con sus clientes, trascendiendo el ámbito virtual. Buscaba fortalecer relaciones y aumentar su visibilidad, proyectando su propuesta de belleza integral de manera tangible y personal.

Lauvic Beauty: Su incorporación se justificó por la perfecta alineación de su variada oferta de productos de belleza con las necesidades de los asistentes. Su objetivo fue obtener feedback directo para mejorar servicios y establecer contactos estratégicos, atrayendo a su público a la experiencia presencial.

Andrea Torres: Su participación fue esencial para consolidar su emergente negocio de maquillaje. La exposición le permitió expandir su red de contactos, generar valioso contenido visual para sus plataformas y contribuir a la asistencia general del evento, destacando el valor de los talentos individuales.

3.2.5 Patrocinios

La realización de la expobelleza fue posible gracias al valioso respaldo de diversas marcas que se unieron como colaboradores estratégicos, su aporte fue fundamental para enriquecer la experiencia de los asistentes y asegurar el éxito del evento, demostrando un compromiso claro con el impulso del sector de la belleza.

3.2.5.1 Colaboraciones estratégicas

Las marcas participantes ofrecieron contribuciones significativas que diversificaron la oferta del evento y brindaron un valor añadido a los asistentes, estas colaboraciones se establecieron a cambio de una destacada visibilidad y promoción, principalmente a través de las redes sociales de la organizadora Paola Urbina.

Aceites Olivia, reconocida por sus productos naturales y terapéuticos, dio de intercambio de kits de aceites, uno para la profesora de yoga y otro para entregarlo en el concurso, además estableció un punto de exhibición donde su equipo no solo proporcionó información detallada sobre sus aceites, sino que también interactuó con los asistentes, ofreciendo la oportunidad de conocer y adquirir directamente sus productos. Su presencia añadió una dimensión de bienestar y cuidado natural al evento.

Flushy Store se sumó al evento exhibiendo su colección de lentes y ropa, ofreciendo un par de lentes para el concurso, además, su stand se convirtió en un atractivo punto de interés, permitiendo a los asistentes explorar opciones de moda que complementan el concepto de belleza integral promovido durante la jornada.

Blonde Cookie deleitó a los presentes con sus irresistibles galletas, de intercambio contribuyó con un par de sus deliciosas galletas, ofreció un momento de disfrute y energía para los asistentes mientras exploraban los diversos stands y actividades.

Cheese & Lemon se encargó de las degustaciones refrescantes durante todo el evento. Su oferta constante de sabores agradables contribuyó a mantener un ambiente dinámico y confortable para todos, asegurando que los asistentes tuvieran una experiencia placentera y completa durante su visita.

Con Clase Eventos fue un colaborador clave en la infraestructura del evento, su aporte principal fue la provisión de un toldo fundamental, que garantizó la comodidad y protección de los asistentes y expositores.

Distribuidora Johnsanch contribuyó significativamente al bienestar de los asistentes al suministrar cuatro cajas de maltas, dos litros de agua y dos bolsas de hielo. Estos refrigerios fueron distribuidos a lo largo del evento, asegurando que el público se mantuviera hidratado y fresco, mejorando notablemente su experiencia y confort.

3.2.5.2 Modelo de Carta de Presentación para Patrocinadores

Se elaboró un modelo formal de carta de presentación diseñado para contactar a posibles patrocinadores. (Anexo 7.1.18)

3.2.5.3 Modelo de Carta de Agradecimiento para Patrocinadores

Posteriormente al evento, se preparó un modelo de carta de agradecimiento. Esta comunicación formal reconoció y valoró el apoyo de los patrocinadores, resaltando su contribución al éxito y la realización de la expobelleza. (Anexo 7.1.19)

3.2.5.4 Base de Datos de Empresas (Posibles Patrocinadores y Finales)

Para una gestión eficiente de las colaboraciones, se anexó un cuadro detallado en formato Word. Esta base de datos incluyó un registro exhaustivo tanto de las empresas consideradas como posibles patrocinadores como de aquellas que finalmente confirmaron su participación. (Anexo 7.1.17)

3.2.5.5 Explicación del tipo de patrocinio que se consiguió para el evento

La expobelleza se llevó a cabo sin fines de lucro, sustentándose enteramente en un modelo de intercambio y colaboración. No hubo contribuciones financieras directas, sino un valioso patrocinio en especie que fue esencial para la materialización del evento.

Las marcas participantes ofrecieron contribuciones significativas que diversificaron la oferta del evento y brindaron un valor añadido a los asistentes, estas colaboraciones se establecieron a cambio de una destacada visibilidad y promoción, principalmente a través de las redes sociales de la organizadora Paola Urbina, dada la naturaleza exclusiva y el tamaño del evento, concebido para contribuir con un "granito de arena" al sector, además se ofrecía que podían colocar su stand sin ningún costo adicional.

Aceites Olivia, reconocida por sus productos naturales, contribuyó con dos kits de aceites, uno destinado a la profesora de yoga Yosmari Velásquez como agradecimiento por su participación, y el otro para un concurso que generó gran interacción entre los asistentes. Su presencia permitió dar a conocer sus beneficios de forma directa.

Flushy aportó un par de lentes que fue un atractivo premio para el concurso del evento, añadiendo un elemento de moda y valor para los participantes, esta colaboración permitió a la marca obtener visibilidad entre un público interesado en tendencias y estilo.

Blonde Cookie deleitó a los presentes al donar un par de galletas para el mismo concurso, aportando un toque dulce y distintivo a los obsequios del evento, su participación fue una forma efectiva de promoción a través de la interacción.

Cheese & Lemon se encargó de distribuir insumos (productos para degustación) durante toda la estadía de los asistentes en el evento, esta constante oferta de productos refrescantes y agradables contribuyó significativamente al confort y la experiencia general del público.

Con Clase Eventos fue un colaborador logístico fundamental, su aporte consistió en la provisión de un toldo, un elemento esencial que garantizó protección y comodidad tanto para los stands de los emprendedores como para los asistentes, crucial para afrontar las condiciones climáticas.

Distribuidora Johnsanch contribuyó con el suministro de cuatro cajas de maltas, dos litros de agua y dos bolsas de hielo, los cuales fueron distribuidos a los asistentes a lo largo de toda la jornada, esta provisión de bebidas fue clave para mantener al público hidratado y satisfecho, mejorando su experiencia general.

La participación de la Profesora de yoga Yosmari Velásquez para la clase gratuita fue gestionada directamente por las organizadoras del evento, lo que se considera parte de una colaboración estratégica en especie que aportó valor al programa.

3.2.6 Logística y planificación

Considerando que la expobelleza fue un evento de duración limitada, se implementaron aspectos logísticos y de planificación clave para asegurar su desarrollo adecuado y una experiencia fluida para todos los involucrados.

3.2.6.1 Refrigerio

Los refrigerios esenciales para los asistentes fueron proporcionados por la Distribuidora Johnsanch, quienes suministraron maltas y agua. Estos fueron distribuidos a lo largo del evento, contribuyendo al confort del público.

3.2.6.2 Obsequios

La interacción con el público fue incentivada a través de un concurso que se llevó a cabo vía Instagram. A la ganadora de este concurso se le obsequió un valioso paquete que incluía productos de todos los participantes y patrocinadores que asistieron a la exposición, este premio diverso abarcaba desde productos de cuidado cosmético y maquillaje, hasta galletas, consolidando una oferta atractiva.

3.2.6.3 Protocolo

El manejo del protocolo y el apoyo general durante el evento estuvo a cargo del staff previamente mencionado, este equipo fue fundamental para la atención al público, la coordinación de los stands y la logística de las actividades, asegurando el flujo adecuado y la resolución de cualquier necesidad que surgiera.

3.2.6.4 Equipos audiovisuales

Para la cobertura del evento, se contó con el apoyo de una fotógrafa principal. Además de esta figura, una de las organizadoras, Paola Rincones, se encargó de cubrir el evento a través de videos, generando contenido visual dinámico para ser publicado en las redes sociales de la exposición y para el ambiente musical, se dispuso de una corneta y un micrófono, que proporcionaron música continua durante la jornada.

3.2.6.5 Entradas

El evento se caracterizó por su entrada libre para todo público. Esta decisión estratégica permitió que cualquier persona interesada pudiera participar sin restricciones ni costo alguno, fomentando una mayor afluencia y accesibilidad al evento.

3.2.7 Programa del evento

La expobelleza se desarrolló a lo largo de una jornada eficiente, con una duración aproximada de siete horas, incluyendo las fases de pre-montaje, desarrollo del evento y desmontaje.

El pre-montaje comenzó a las 10:30 a.m. Durante esta fase inicial, se llevó a cabo la instalación del toldo proporcionado por Con Clase Eventos, se activó el equipo de música y los emprendimientos fueron llegando con sus stands para ser ubicados estratégicamente por el equipo organizador.

El desarrollo del evento abrió sus puertas al público a las 12:00 p.m. y se extendió hasta las 5:00 p.m. Durante estas cinco horas, los asistentes disfrutaron de una variedad de actividades y la interacción con los emprendedores. La principal

actividad ofrecida fue la clase de yoga para principiantes, que añadió una dimensión de bienestar al encuentro, además de las demostraciones y ventas en los stands.

Finalmente, el desmontaje inició inmediatamente después del cierre del evento, a las 5:00 p.m., con una duración de 30 minutos, este proceso rápido y coordinado permitió despejar el lugar y concluir exitosamente la jornada a las 5:30 p.m.

3.2.7.1 Grilla horaria

Horario	Ponente - Actividad
12:00 pm	Apertura
12:30 pm	Entretenimiento
1:00 pm	Listado de participantes del concurso
1:30 pm	Refrigerios
2:00 pm	Charla del equipo Olivia
2:30 pm	Entretenimiento
3:00 pm	Refrigerios
3:30 pm	Resultados y entrega del concurso
4:00 pm	Clase de yoga
4:30 pm	Clase de yoga
5:00 pm	Clase de yoga

3.2.8 Persona influyente en redes sociales

Paola Urbina, siendo una figura influyente en el ámbito de las redes sociales, como creadora de contenido con una comunidad de 3.414 seguidores en Instagram y 4.204 en TikTok. Su presencia digital se caracterizó por una conexión auténtica con su audiencia y una comunicación efectiva que resonaba profundamente con sus seguidores, la comunidad de Paola Urbina se alineaba con los valores y requerimientos del público objetivo que se deseaba atraer a la expobelleza. Por ello, su rol fue crucial no solo como organizadora principal del evento, sino también como una de las primeras y más importantes voces en la difusión.

3.2.9 Identidad gráfica

La identidad gráfica fue desarrollada meticulosamente, fungiendo como un pilar fundamental para establecer la línea comunicacional del evento y fortalecer su identidad visual ante el público, este esfuerzo colaborativo fue clave para que el evento proyectara una imagen cohesiva y profesional.

El logo de la expobelleza, buscó encapsular la innovación y el emprendimiento dado que su propósito era ser un símbolo reconocible que representara los valores del evento. La selección de la paleta de colores se realizó cuidadosamente, eligiendo tonalidades que evocaran frescura, modernidad y la vibrante energía del sector de la belleza.

Todas las piezas gráficas digitales, incluyendo las destinadas a las redes sociales y las imágenes promocionales, fueron diseñadas para captar la atención de la audiencia. Estas presentaban la información esencial del evento de manera clara y atractiva.

3.2.10 Comunicación y promoción

La clave del éxito de la expobelleza residió en implementar una estrategia de comunicación y promoción que, si bien era concisa, resultó sumamente efectiva y auténtica, logrando una convocatoria impactante sin recurrir a la publicidad pagada. Este enfoque se articuló principalmente a través de canales digitales y el poder del boca a boca.

En el ámbito digital, la estrategia se centró en la colaboración con figuras ya consolidadas. La creadora de contenido Paola Urbina desempeñó un rol central como la principal voz amplificadora dado que su notable presencia en plataformas como Instagram y TikTok, respaldada por una comunidad de más de 3.000 seguidores orgánicos, fue esencial para difundir la convocatoria. A través de sus redes, logrando captar la atención de más de 43.175 usuarios y sumando más de 1.000 nuevos seguidores exclusivamente en Instagram.

Complementando la difusión digital, se activó una potente estrategia a través de WhatsApp, la invitación digital oficial de la expobelleza se distribuyó selectivamente en grupos de WhatsApp, esta táctica aprovechó la confianza y el alcance personal de las redes de contacto, permitiendo que la información fluyera de

manera orgánica y rápida entre individuos con intereses afines al sector de la belleza. La combinación de la influencia digital de Paola Urbina fue fundamental para el rotundo éxito de la convocatoria, atrayendo a un público comprometido y entusiasta.

3.2.10.1 Estrategia promocional

La estrategia promocional se fundamentó en la construcción de una identidad de marca vibrante y atractiva, diseñada para establecer una resonancia con su público objetivo, se buscó que la estética visual del evento, desde el logo distintivo hasta la paleta de colores seleccionada.

Para la materialización de este impacto, se desarrolló una serie de piezas de contenido digital altamente dinámicas y visualmente impactantes, incluyeron gráficos cuidadosamente elaborados y videos cortos que, con su formato ágil, no solo destacaban la energía intrínseca del evento, sino que también presentaban de manera cautivadora la diversidad y la calidad de los emprendedores y sus productos.

El contenido se diseñó para captar la atención de la audiencia en plataformas digitales, provocar curiosidad y dirigir el tráfico hacia las cuentas oficiales de la expobelleza. La participación de Paola Urbina fue absolutamente crucial en la ejecución de esta estrategia. Su autenticidad como creadora de contenido y su conexión genuina con su comunidad permitieron que los mensajes promocionales no solo alcanzaran a un amplio número de usuarios, sino que también fueran percibidos con credibilidad y entusiasmo.

CAPÍTULO III

3.3 Producción

La fase de producción de la expobelleza fue crucial para transformar la planificación en una experiencia tangible y exitosa. Cada detalle, desde la organización del espacio hasta la coordinación de los elementos técnicos, se manejó con precisión para asegurar el correcto desenvolvimiento de la jornada.

3.3.1 Montaje

Para el montaje de la Expobelleza, las organizadoras, Paola Urbina y Paola Rincones, llegaron a las 10:30 a.m. para iniciar las labores de preparación. Durante este tiempo previo a la llegada de los emprendedores, se dedicaron a la instalación del toldo proporcionado por Con Clase Eventos y a la colocación de la corneta y el micrófono, elementos esenciales para el sonido ambiental y futuras intervenciones. A las 11:00 a.m., se citó a los emprendedores, quienes fueron llegando con sus respectivos stands para ser ubicados estratégicamente por el equipo organizador dentro del espacio disponible, se procuró una distribución eficiente para facilitar el flujo de los asistentes y la visibilidad de cada marca. El proceso de montaje concluyó una hora y media después de la llegada de las organizadoras, justo antes de la apertura al público.

3.3.2 Cuadro horario de montaje

Se estableció un horario detallado para el montaje, asignando responsabilidades específicas a las dos organizadoras, Paola Urbina y Paola Rincones, para la gestión y desarrollo eficiente de cada actividad, este cronograma aseguró una coordinación fluida de la llegada de los participantes, la disposición de los stands y la configuración del equipo audiovisual, optimizando el tiempo disponible antes de la apertura oficial del evento.

Horario	Encargada	Actividad
10:30 a.m.	Paola Urbina y Paola	Llegada de organizadoras

	Rincones	al lugar del evento y preparación inicial del espacio.
10:30 a.m.	Paola Rincones	Instalación del toldo (Con Clase Eventos) y organización del área principal.
10:30 a.m.	Paola Urbina	Colocación y prueba de corneta y micrófono para el ambiente musical.
11:00 a.m.	Paola Urbina y Paola Rincones	Recibimiento de los emprendedores y sus stands.
11:00 a.m. - 12:00 p.m.	Paola Urbina y Paola Rincones	Ubicación estratégica de cada stand y ajustes finales en la disposición del espacio.
12:00 p.m.	Paola Urbina y Paola Rincones	Apertura oficial del evento al público.

3.3.3 Desenvolvimiento del equipo organizador

Durante toda la expobelleza, el equipo organizador demostró un compromiso y una disposición constante para colaborar en cada detalle del evento, lo que permitió un desarrollo armonioso de la jornada. Todas supieron acoplarse eficazmente a las diversas circunstancias que se presentaron, resolviendo en conjunto situaciones complejas, como lo fue la lluvia inesperada.

Gracias a una previa delegación de actividades y responsabilidades, cada organizadora estaba plenamente consciente de su rol, logrando ejecutar sus tareas con éxito, la comunicación efectiva y constante entre ellas fue, sin duda, el elemento clave que garantizó la correcta ejecución del evento, demostrando que una colaboración sólida es fundamental para el éxito de cualquier iniciativa conjunta.

3.3.4 Guión y grilla horaria definitiva

Para mantener el orden y la organización durante la Expobelleza, minimizando las complicaciones y los cambios de último momento, se establecieron un guion detallado y una grilla horaria definitiva. Estos instrumentos fueron esenciales para dirigir el flujo de actividades, desde el montaje hasta el desmontaje, asegurando que cada fase del evento se desarrollara según lo planificado y que la experiencia tanto para los emprendedores como para los asistentes fuera óptima.

3.3.4.1 Guión

Horario	Guión
12:00 p.m.	Equipo Organizador: Se da la apertura oficial de la expobelleza, recibiendo con una cálida bienvenida a todos los participantes. Se les da una breve introducción sobre el propósito del evento.
1:00 p.m.	Equipo Organizador: Se expresa un agradecimiento a las marcas aliadas y patrocinadores por su invaluable apoyo, destacando su contribución al evento y se recuerda a los asistentes la oportunidad de interactuar directamente con los emprendedores y descubrir productos innovadores, además se invita activamente a participar en el concurso vía Instagram para tener la oportunidad de ganar un paquete exclusivo de productos de los expositores.
2:30 p.m.	Equipo Organizador: Se realiza un llamado a los asistentes para que se preparen y participen en la próxima

	clase de yoga y se ofrece una breve explicación sobre la dinámica de la actividad con la profesora Yosmari Velásquez, animando a sumarse para disfrutar de un momento de bienestar.
4:00 p.m. - 5:00 p.m.	Profesora Yosmari Velásquez: Se lleva a cabo la clase de yoga para principiantes, guiando a los participantes en una experiencia de relajación y conexión. Durante este lapso, el equipo organizador permanece atento, ofreciendo apoyo discreto y asegurando el buen desenvolvimiento de la actividad para todos los presentes.
4:50 p.m.	Equipo Organizador: Se anuncia que restan los últimos minutos para explorar los stands de los emprendedores y para quienes aún no lo han hecho, participar en el concurso de Instagram, se reitera el agradecimiento a todos los emprendedores por su dedicación y presencia, y a los asistentes por su entusiasta participación y compañía durante la jornada.
4:50 p.m.	Equipo Organizador: Se pronuncian las palabras de cierre de la expobelleza, expresando un sincero agradecimiento a todos los asistentes por su valiosa presencia, a los emprendedores participantes por compartir su talento, a las marcas patrocinadoras (Aceites Olivia, Flushy, Blonde Cookie, Cheese & Lemon, Con Clase Eventos, Distribuidora Johnsanch) por su fundamental apoyo, y al staff por su

	dedicación, que hizo posible la exitosa realización de esta jornada.
--	--

3.3.4.2 Grilla horaria definitiva

Horario	Ponente - Actividad
12:00 pm	Apertura
12:30 pm	Entretenimiento
1:00 pm	Listado de participantes del concurso
1:30 pm	Refrigerios
2:00 pm	Charla del equipo Olivia
2:30 pm	Entretenimiento
3:00 pm	Refrigerios
3:30 pm	Resultados y entrega del concurso
4:00 pm	Clase de yoga
4:30 pm	Clase de yoga
5:00 pm	Clase de yoga

3.3.4.3 Ejecución

Para iniciar, los participantes, incluyendo los diversos stands de belleza, el equipo de sonido y el staff, fueron citados con anticipación para asegurar que tuvieran el tiempo necesario de montaje. Esto permitió que el evento diera comienzo puntualmente a las 12:00 p.m. Durante toda la jornada, las dos organizadoras, Paola Urbina y Paola Rincones, se mantuvieron vigilantes ante cualquier imprevisto. Ofrecieron refrigerios a los participantes cuando lo requerían, monitorearon de cerca cada actividad e incentivaron activamente al público a participar en las distintas dinámicas, como el concurso de Instagram y la clase de yoga.

Un desafío inesperado se presentó al inicio de la jornada, cuando una lluvia intermitente afectó el evento entre las 12:30 p.m. y las 12:50 p.m., ante esta circunstancia, el equipo organizador actuó con prontitud. Se comunicó de inmediato a través de las redes sociales del evento que, por cuestiones logísticas derivadas del clima, la apertura oficial al público se retrasaría ligeramente hasta la 1:00 p.m. Esta rápida gestión y la efectiva comunicación permitieron que, una vez superado el breve lapso de lluvia, la expobelleza pudiera retomar su curso con total normalidad,

sin mayores afectaciones para el desarrollo de las actividades programadas y manteniendo el ánimo de los asistentes.

Gracias al horario preestablecido y la efectiva gestión del imprevisto, cada actividad se desarrolló con normalidad y los invitados que llegaban al evento se integraban rápidamente en la vibrante atmósfera, demostrando una excelente receptividad.

3.3.4.4 Protocolo

La expobelleza implementó un protocolo de acceso que priorizaba la fluidez y la calidez en la bienvenida a sus asistentes, reflejando el espíritu abierto y accesible del evento. Al abrir sus puertas a las 12:00 p.m., los invitados fueron recibidos con un trato amable y directo al ingresar al recinto, dada la naturaleza de entrada libre del evento, se eliminaron las barreras formales, como filas de registro o puntos de control estrictos, que suelen caracterizar a otras exposiciones, puesto que el enfoque principal fue asegurar un flujo constante y sin interrupciones de visitantes hacia el área principal, donde se ubicaban los stands de belleza y se desarrollaban las actividades. Este diseño de protocolo buscaba facilitar una inmersión inmediata en la experiencia de la expobelleza, permitiendo a todos los asistentes explorar libremente las ofertas, interactuar con los emprendedores y disfrutar del ambiente musical y las dinámicas desde el primer momento. La sencillez del acceso contribuyó significativamente a fomentar una mayor afluencia y una participación activa a lo largo de toda la jornada.

3.3.4.5 Desarrollo del evento

Durante la fase central de la expobelleza, el equipo organizador, asumió un rol proactivo y de supervisión constante para garantizar que cada aspecto del evento se desarrollara con la máxima eficiencia y en perfecto orden. Las organizadoras monitorearon diligentemente que cada colaborador y participante desempeñara su rol sin eventualidades, brindando apoyo constante a los emprendedores durante toda la jornada. Su presencia visible y accesible les permitió no solo resolver cualquier imprevisto, sino también fomentar la interacción entre los asistentes y los expositores, creando un ambiente dinámico y propicio para el intercambio, además, recibieron personalmente a los asistentes con un saludo agradable, y se aseguraron

de que todos tuvieran acceso a los refrigerios provistos por la Distribuidora Johnsanch, incluyendo maltas y agua, contribuyendo así al confort general. La dedicación del equipo organizador garantizó que el ambiente se mantuviera acogedor, vibrante y propicio para el descubrimiento y el disfrute, permitiendo tanto a expositores como a visitantes aprovechar al máximo cada momento de la expobelleza.

3.3.4.6 Desmontaje

Una vez concluidas todas las actividades, se dio inicio de manera inmediata a la fase de desmontaje, la eficiencia fue la clave en esta etapa; se procedió con el desarmado sistemático del toldo, el empaque cuidadoso del equipo de sonido (corneta y micrófono) y la coordinación ágil de la salida de los emprendedores y sus respectivos stands. El equipo organizador supervisó cada paso, asegurando que todos los elementos fueran retirados de forma segura y ordenada, este proceso de desmontaje rápido y coordinado fue un reflejo de la planificación meticulosa y el trabajo en equipo que caracterizaron a toda la expobelleza.

3.3.4.6.7 Actividades Post-Evento y Cierre

Tras la culminación del desmontaje físico del evento, se procedió con las actividades finales para asegurar el cierre completo de la expobelleza. Lo primero que se hizo fue brindar el apoyo necesario a los emprendedores para desarmar y empaquetar sus stands, facilitando su salida del recinto; seguidamente, el equipo organizador se encargó de la recolección y organización de todos los elementos propios del evento, como el toldo y el equipo de sonido. Para finalizar la jornada, se realizó una verificación final de los acuerdos de intercambio y colaboraciones con todos los patrocinadores y marcas aliadas, este paso fue crucial en el modelo sin fines de lucro de la expobelleza, asegurando que todas las partes estuvieran conformes con la visibilidad y las contraprestaciones recibidas, cerrando así oficialmente todos los compromisos adquiridos; finalmente, se procedió con el traslado de las herramientas y materiales propios del equipo organizador, asegurando que el lugar quedara completamente despejado y en las condiciones acordadas.

3.4 Postproducción

3.4.1 Medios de medición

Una vez culminado el evento, la fase de postproducción resultó fundamental para medir su impacto y evaluar el nivel de satisfacción tanto de los participantes como de los asistentes, esta etapa permitió obtener retroalimentación directa e indirecta a través de diferentes canales de comunicación, siendo clave para valorar la efectividad de la planificación y ejecución del encuentro.

En primer lugar, se utilizó WhatsApp como medio de contacto con los emprendimientos participantes, a través del grupo previamente creado por las organizadoras para facilitar la logística del evento. En este espacio, varios emprendedores expresaron espontáneamente su satisfacción con la experiencia, destacando aspectos como la organización, el ambiente y el apoyo recibido durante toda la jornada, las organizadoras, por su parte, aprovecharon esta instancia para agradecerles su participación y la confianza depositada en el proyecto, fortaleciendo así el vínculo profesional con cada uno de ellos.

Además de la comunicación directa, también se observaron indicadores de satisfacción en las plataformas digitales. En particular, la cuenta de Instagram del evento registró un aumento significativo en la cantidad de seguidores, así como a la realización de un concurso y actividades interactivas que incentivaron la participación del público asistente.

3.4.2 Informes y pagos

En este caso, al tratarse de un evento académico sin fines de lucro, se contó con el respaldo de la Universidad Monteávila, específicamente de su sede en Lomas del Sol, la cual brindó su apoyo facilitando las instalaciones sin requerir ningún pago por concepto de alquiler.

En cuanto a los gastos operativos, estos fueron cubiertos por la gestión de patrocinadores, diversos aliados colaboraron con productos esenciales como refrigerios, incluyendo maltas, agua y hielo, lo que permitió atender a los participantes sin incurrir en costos adicionales.

Adicionalmente, se estableció como requisito para los emprendimientos participantes la donación de un producto para ser sorteado durante el evento. El valor total del premio sorteado fue estimado en 150\$, lo que no solo incentivó la participación del público, sino que también permitió visibilizar las marcas reforzando el sentido de comunidad y colaboración entre organizadores y participantes.

CAPÍTULO IV

4.1 Conclusión

Impulsadas por una profunda convicción y un sueño compartido, Paola Urbina y Paola Rincones dieron vida a la expobelleza, un proyecto que trascendió la mera organización de un evento para convertirse en una plataforma tangible de apoyo al talento venezolano en el ámbito de la belleza. Esta iniciativa surgió del deseo genuino de celebrar el emprendimiento local y de crear un punto de encuentro dinámico que conectara la innovación directamente con el consumidor, sin imaginar los desafíos que el camino les depararía.

Para dar forma a esta propuesta, las organizadoras se apoyaron en los conocimientos teóricos adquiridos, especialmente aquellos de la electiva de Producción de Eventos. Sin embargo, la brecha entre la conceptualización y la implementación práctica pronto se hizo evidente; sería en la ejecución donde la verdadera complejidad y la gratificación del proceso se manifestarían, invitando a una constante curva de aprendizaje.

Las etapas iniciales de la organización estuvieron marcadas por horas de investigación, buscando inspiración en eventos similares y explorando ideas innovadoras para las actividades que se ofrecerían, el objetivo era brindar una experiencia cautivadora y enriquecedora, lo que en un principio fue una idea soñada de un evento de gran envergadura, fue poco a poco aterrizando hacia una base más sólida y una ejecución factible, siempre considerando los recursos disponibles, los tiempos y las complejidades logísticas.

A lo largo del proceso, surgieron obstáculos que pusieron a prueba la resiliencia del equipo, pues, la necesidad de adaptarse a las circunstancias, como la breve interrupción por lluvia que se presentó al inicio del evento, se convirtió en una oportunidad para demostrar una capacidad de respuesta inmediata y una comunicación eficaz, anunciando ajustes por redes sociales para garantizar la continuidad. El recinto elegido, aunque no fue el primer idealizado, se transformó en el espacio perfecto: un lugar acogedor que fue testigo de una jornada llena de interacción y éxito.

Durante este viaje, ambas organizadoras descubrieron la intuición para anticipar problemas, la paciencia para resolverlos, la suspicacia para detectarlos y una inquebrantable determinación para llevar el proyecto adelante. Estas cualidades fueron esenciales para superar cada desafío y encontrar soluciones.

La expobelleza no fue solo un evento; fue una experiencia profundamente enriquecedora, cada paso representó un reto distinto que supieron solventar con la frente en alto, permitiéndoles desarrollar nuevas habilidades, fortalecer su capacidad de trabajo en equipo y reafirmar su amor por el dinámico mundo de la belleza y el emprendimiento.

Más allá de los resultados tangibles, la expobelleza logró un impacto significativo al visibilizar el talento local en un ambiente universitario, fomentar el consumo consciente y conectar a emprendedores innovadores con un público ávido de novedades.

CAPÍTULO V

5.1 Recomendaciones

Como resultado del proceso de planificación y ejecución del evento, se identificaron diversos aspectos relevantes que deben considerarse en futuros proyectos, estas recomendaciones surgen no solo como conclusiones prácticas, sino también como productos de aprendizaje valiosos derivados de la experiencia adquirida. En primer lugar, se observó que al tratarse del primer evento de este tipo, la organización se desarrolló bajo una lógica de ensayo y error, lo que permitió detectar áreas de mejora en tiempo real, esto evidencia la importancia de contar con un equipo estructurado, así como con una metodología de trabajo colaborativa.

Una de las principales recomendaciones es fortalecer la comunicación interna entre todos los actores involucrados: emprendedores, proveedores, patrocinantes, personal logístico y asesores académicos, la limitada cantidad de organizadores dificultó en algunos momentos la fluidez comunicacional, generando retrasos o malentendidos que pudieron haberse evitado con una planificación comunicacional más sólida. Para ello, se sugiere implementar canales formales de información, lo cual permitiría mantener a todos los participantes informados en tiempo real.

Asimismo, se destaca la necesidad de hacer un seguimiento más riguroso del cronograma del evento, en especial de aquellas actividades que dependen de patrocinadores externos o de la reserva anticipada de cupos, tal fue el caso de la clase de yoga, la cual requería confirmaciones logísticas previas, en ese sentido, se recomienda garantizar con suficiente anticipación la disponibilidad de recursos, insumos y responsables asignados para cada actividad.

Otra consideración fundamental para la ejecución de actividades al aire libre es el factor climático, en este proyecto no se previó la necesidad de cubrir los espacios, lo que pudo haber representado un riesgo en caso de condiciones meteorológicas adversas; por tanto, se aconseja negociar con proveedores de toldos y estructuras temporales con antelación suficiente.

Adicionalmente, se recomienda incorporar herramientas de comunicación visual, como afiches, calcomanías, señalética y material POP, distribuidos con varios

días de anticipación al evento ya que este tipo de recursos no solo refuerza la visibilidad de las actividades programadas, sino que también incrementa el alcance promocional y la asistencia del público.

Finalmente, se concluye que la calidad de este tipo de proyectos no radica únicamente en la ejecución del evento en sí, sino en la capacidad de anticiparse a los retos organizativos, se sugiere sistematizar la experiencia mediante la documentación de cada fase del proceso, con el propósito de establecer una base de referencia útil para futuras ediciones o para otros estudiantes interesados en organizar eventos similares en el ámbito académico.

CAPÍTULO VI

6.1 Referencias

A. C. C. (2024, May 19). Un éxito la Expobelleza Farmatodo 2024. El Universal.

<https://www.eluniversal.com/estilo-de-vida/181722/un-exito-la-expobelleza-farmatodo-2024>

Carrasco, L. Falcón, L. Núñez, E. Álvarez, A. & Burgasi, E. (2019). El emprendimiento juvenil: una mirada al interior de la universidad ecuatoriana. Revista Inclusiones. <https://www.revistainclusiones.org/index.php/inclu/article/view/2173>

Castro, J. & García, A. (2015). Plan de desarrollo comercial y de expansión de un centro de belleza en la ciudad de Guayaquil. (Tesis de grado). Escuela Superior Politécnica del Litoral. <http://www.dspace.espol.edu.ec/handle/123456789/54557>

Dassy, E. I. De la Cerda, L. F. Pita, L. A. & Trujillo, O. A. (2024). Utopía bazar: Evento con la finalidad de impulsar el crecimiento de los emprendimientos universitarios. Universidad Monteávila.

<http://repositoriodigital.uma.edu.ve/jspui/handle/123456789/1100>

González, S. M. (2024, October 27). Descubre eventos deportivos en Móstoles. Mostolesya.com.es.

<https://mostolesya.com.es/donde-encontrar-eventos-deportivos-en-mostoles/>

Guerrero, I. M. & Rodríguez, A. I. (2024). Manual de producción de “Huelltas Fest” evento en beneficio a la Fundación Huellas al Corazón. Universidad Monteávila. <http://repositoriodigital.uma.edu.ve/jspui/handle/123456789/1128>

Ley de Hotelling: por qué las tiendas que venden lo mismo tienden a agruparse en los mismos lugares (y por qué los políticos parecen tan iguales). (2022, Abril 10). BBC. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-60915848>

Méndez Espitia, L. A. Triana Jiménez, J. M. (2024). Convite, un servicio para la organización y ejecución de eventos pequeños e informales. Universidad

Externado de Colombia. <https://doi.org/10.57998/BDIGITAL/HANDLE.001.2278>

Oliver, A. B. (2021). Estrategias y herramientas de marketing para el lanzamiento y gestión de un evento. 3C Empresa. Investigación y pensamiento crítico. <https://doi.org/10.17993/3cemp.2021.100347.17-49>

Philip Kotler: Conoce la historia y las principales contribuciones del padre del Marketing moderno. (2017, November 7). Rock Content - ES. <https://rockcontent.com/es/blog/philip-kotler/>

Carreto Sanginés, J. (2013). Marshall y los sistemas productivos locales. *Economía informa*. [https://doi.org/10.1016/s0185-0849\(13\)71343-4](https://doi.org/10.1016/s0185-0849(13)71343-4)

Velasco, M. (2020, June 5). Charlotte Tilbury, de británica criada en Ibiza a millonaria empresaria del maquillaje. El Confidencial. https://www.vanitatis.elconfidencial.com/estilo/belleza/2020-06-05/charlotte-tilbury-maquillaje-empresaria-millonaria-ibiza_2624140/

CAPÍTULO VII

7.1 Anexos

7.1.1 Imagen promocional del evento



7.1.2 Manual de identidad visual



Manual de identidad visual

PRODUCCIONESDOBLES@gmail.com

RRSS: @SITIOINCREDIBLE

PAOLA RINCONES - PAOLA URBINA

Perfil de marca



Evento enfocado en conectar a emprendimientos y marcas emergentes con un público ávido de nuevas experiencias, con la intención de aportar un granito de arena al crecimiento y desarrollo del sector de la belleza en el país.

SALFORD

MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL

PERFIL DE MARCA

02

Logotipo



SALFORD

MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL

LOGOTIPO

03



Fuentes
tipográficas

TÍTULOS

Arsenica Antiqua

AaBbCcDdEeF f
G H I J K L M N O P Q R
S T U V W X Y Z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
& @ \$ % { } ! * ° ” ; .

Uniforme



SALFORD

MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL

APLICACIONES

10

Papelería

PANFLETO



SALFORD

MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL

APLICACIONES

11

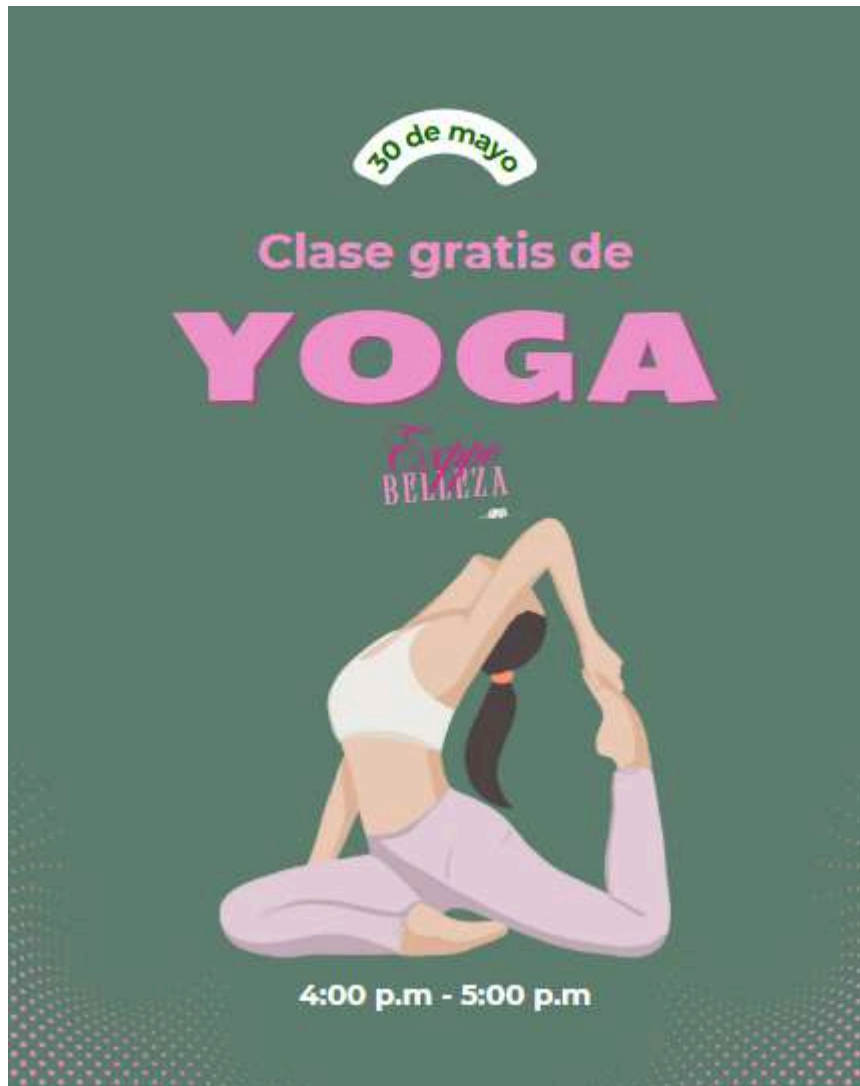
7.1.3 Historias de Influencer: Paola Urbina



7.1.4 Foto organizadoras



7.1.5 Post de la clase de yoga



7.1.6 Post del sorteo



7.1.7 Portada de las historias destacadas



7.1.8 Historias emprendimientos



7.1.9 Imágenes del desarrollo del evento





7.1.10 Emprendimientos





7.1.11 Merch del evento



7.1.12 Formulario para la clase de yoga

Clase de Yoga

B ***I*** U  

Clases de Yoga
4:00 pm a 5:00 pm
Recuerda traer tu mat de yoga

Nombre y Apellido *

Texto de respuesta corta

Cédula *

Texto de respuesta corta

Télefono *

Texto de respuesta corta

¿Comó nos descubriste? *

☐ Instagram

☐ UMA

☐ Amigos cercano, conocido o familiar.

☐ Otra...

7.1.13 Clase de yoga



7.1.14 Base de datos de los participantes

ID	Nombre/Instagram	Teléfono de contacto	Correo electrónico	Estado de participación
1	Olivia	+58 424-148-73-92	federico@lab-ol.com	Confirmado
2	Tulis	+58 412-981-20-68	Danielasanchez02	Confirmado
3	Ellips hair	+58 412-632-13-20	Defarias348@gmail.com	Confirmado
4	Li Fashion	+58 424-246-81-82	Vikiret23@gmail.com	Confirmado
5	Lauvic Store	+58 412-666-08-75	laurarodriguez@gmail.com	Confirmado
6	Cheeseandlemon	+58 424-172-55-76	DaniBrea03@gmail.com	Confirmado
7	Blondie cookies	+58 424-274-99-93	Emelydacosta67@gmail.com	Confirmado
8	Modacolors	+58 412-044-27-19		

7.1.15 Modelo Carta de Presentación para Participantes

Producciones Doble P

Universidad Monteávila, Av. El Buen Pastor, Boleíta, Municipio Sucre, Caracas, Venezuela

+58 414-115-90-39 / +58 0424-292-00-98

Nombre del participante

Dirección

Ciudad / Estado / País

Estimado/a participante:

Es un placer para el equipo de Producciones Doble P darle la más cordial bienvenida como nuevo integrante de nuestra expobelleza, un evento diseñado para aportar un granito de arena en el mundo de la belleza y el cuidado personal en Caracas Venezuela, en colaboración con talentosos emprendedores locales. Este emocionante encuentro se llevará a cabo en el mes de mayo, en una fecha que se definirá próximamente.

La expobelleza representa una excelente oportunidad para que emprendedores como usted amplíen su alcance y establezcan valiosas conexiones en la industria. Estamos convencidos de que su participación será fundamental para el éxito de este espacio exclusivo.

A continuación, le compartimos los detalles más relevantes del evento:

- Fecha y hora: 30 de mayo a las 12:00 p.m.
- Lugar: Universidad Monteávila, sede Lomas del Sol
- Duración: Hasta las 5:00 p.m.
- Equipo técnico: Producciones Doble P
- Contacto: produccioneshdoblep57@gmail.com

Le solicitamos amablemente que llegue al evento al menos una hora antes de su inicio, para que podamos preparar adecuadamente el espacio asignado por la producción.

Si tiene alguna pregunta o necesita información adicional, no dude en contactarnos a través del correo electrónico mencionado anteriormente.

Agradecemos sinceramente su participación en este evento exclusivo y esperamos con entusiasmo su presencia.

Atentamente,

El equipo de Producciones Doble P

Paola Rincones.

Encargada del evento.

Paola Urbina.

Encargada del evento.

7.1.16 Modelo Carta de Agradecimiento al Participante

Producciones Doble P

**Universidad Monteávila, Av. El Buen Pastor, Boleíta, Municipio Sucre, Caracas,
Venezuela**

+58 414-115-90-39 / +58 0424-292-00-98

Nombre del participante

Dirección

Ciudad / Estado / País

Estimado/a participante:

En nombre de Producciones Doble P, queremos expresar nuestro más sincero agradecimiento por su participación en la expobelleza, que se llevó a cabo en el mes de mayo. Su presencia y contribución fueron fundamentales para el éxito de este evento, que busca aportar un granito de arena al mundo de la belleza y el cuidado personal en Caracas, Venezuela.

Apreciamos profundamente el tiempo y esfuerzo que dedicó para ser parte de esta experiencia. Su talento y profesionalismo no solo enriquecieron el ambiente, sino que también inspiraron a otros emprendedores y asistentes a explorar nuevas oportunidades en la industria.

Estamos encantados de haber contado con su colaboración y esperamos que haya disfrutado del evento tanto como nosotros disfrutamos organizándolo. Creemos firmemente que juntos podemos continuar impulsando el crecimiento y la innovación en el sector.

Si tiene alguna sugerencia o comentario sobre la expobelleza, no dude en compartirlo con nosotros. Su opinión es muy valiosa para mejorar futuras ediciones.

Una vez más, gracias por ser parte de este emocionante proyecto. Esperamos contar con usted en futuras oportunidades.

Atentamente,

El equipo de Producciones Doble P

Paola Rincones.

Encargada del evento.

Paola Urbina.

Encargada del evento.

7.1.17 Base de datos de empresas

Patrocinante	Correo electrónico
Valmy	rrhh@valmy.com
Pizza Hut	c_rrhh@pizzahutve.com
L'Oréal	loreal.talento@loreal.com
MinalbaVenezuela	soporte.ve@polarenlinea.com
AguaVista	mercadeoaguavista@gmail.com
Klmbeauty	gerentemercadeo@totalmundo.com
Salome	info@salomemakeupoficial.com
Monreve	041663033137

7. 1. 18 Modelo de carta de presentación para patrocinantes

Producciones Doble P

Universidad Monteávila, Av. El Buen Pastor, Boleíta, Municipio Sucre, Caracas, Venezuela

+58 414-115-90-39 / +58 0424-292-00-98

Fecha

Nombre del Patrocinador

Cargo

Empresa/Organización

Dirección

Estimado/a [Nombre del Patrocinador]:

Nos dirigimos a usted en representación de Paola Rincones y Paola Urbina, estudiantes de la Universidad Monteávila, para presentarle una iniciativa innovadora y emocionante: Expobelleza UMA 2025. Este evento se llevará a cabo en Caracas y busca reunir a un grupo selecto de emprendedores venezolanos dedicados al cuidado cosmético y embellecimiento, destacando el talento nacional en esta creciente industria.

La Expobelleza está diseñada como un espacio exclusivo dirigido especialmente a jóvenes entre 20 y 25 años, quienes representan una audiencia clave en el mercado de la belleza. El evento tiene como objetivo impulsar el emprendimiento local, brindando visibilidad a pequeñas marcas que destacan por la calidad de sus productos, igualmente busca promover la innovación ofreciendo a los asistentes una experiencia única donde puedan descubrir y conectar con lo mejor de la industria de belleza en Venezuela.

¿Por qué ser parte de Expobelleza UMA 2025?

El patrocinio de su empresa no solo contribuirá al éxito de este evento, sino que también le brindará:

Exposición de marca: Presencia destacada en todo el material promocional del evento (redes sociales, banners, stands, y más).

Acceso a un público objetivo estratégico: Un segmento joven, dinámico y altamente comprometido con el cuidado personal y tendencias cosméticas.

Reconocimiento como impulsor del talento nacional: Al apoyar esta iniciativa, su empresa será vista como un aliado del crecimiento emprendedor venezolano.

Para su comodidad, hemos diseñado diferentes opciones de patrocinio que pueden ajustarse a sus objetivos. Nos encantaría poder compartir más detalles y explorar cómo su valiosa participación puede maximizarse durante el evento.

Quedamos atentos para coordinar una reunión en la que podamos conversar más a fondo sobre esta alianza. Puede contactarnos a través de los siguientes números de teléfono o correos electrónicos:

Paola Rincones
0424-2920098
princones_2025cs@alumno.uma.edu.ve

Paola Urbina
0414-1159039
purbina_2025cs@alumno.uma.edu.ve

Agradecemos sinceramente su tiempo y consideración para sumarse a este evento que, sin duda, marcará un hito en la industria de la belleza en Venezuela.

Atentamente,

Paola Rincones.

Paola Urbina.

Estudiantes de Comunicación Social.

Universidad Monteávila.

7.1.19 Modelo de carta de agradecimiento para patrocinantes

Producciones Doble P

**Universidad Monteávila, Av. El Buen Pastor, Boleíta, Municipio Sucre, Caracas,
Venezuela**

+58 414-115-90-39 / +58 0424-292-00-98

Fecha

Nombre del Patrocinador

Cargo

Empresa/Organización

Dirección

Estimado/a [Nombre del Patrocinador]:

En nombre de Paola Rincones y Paola Urbina, organizadoras de Expobelleza UMA 2025, queremos expresar nuestro más profundo agradecimiento por su valiosa colaboración como patrocinador de este evento.

Gracias a su generoso apoyo, pudimos llevar a cabo una iniciativa que no solo reunió a talentosos emprendedores venezolanos dedicados al cuidado cosmético y embellecimiento, sino que también creó un espacio único para destacar el talento y la innovación en esta creciente industria.

Estamos convencidas de que el éxito de este evento no habría sido posible sin su compromiso y confianza en nuestra visión. Nos sentimos honradas de haber contado con su presencia y apoyo, y esperamos que esta alianza sea el inicio de futuras colaboraciones en pro del crecimiento y desarrollo del talento nacional.

Una vez más, ¡Gracias por hacer de Expobelleza UMA 2025 un evento inolvidable! Quedamos a su disposición para cualquier iniciativa futura en la que podamos trabajar juntos.

Con gratitud,

Paola Rincones

CI: 31.273.371

Paola Urbina

CI: 30.242.878